

의식산업

예술작품은 그것이 갖는 사회적 혹은 역사적 관련성을 제거하면 아무리 멋있어 보일지 몰라도 아무런 의미를 갖지 못한다.

사람이 예술품을 대하면 그것이 아무리 역사성과 사회성이 결여되어 있는 것일지라도 정서적 순화를 얻을수 있고 인간의 환경에 대한 이해가 깊어지며 일반적 인본주의의 영양분을 제공받는다고 생각할 수도있다. 그러나 그것은 상상에 지나지 않을뿐이며 사실과는 거리가 멀다.

왜냐하면 의식 산업이라는 것이 예술인들이 생산해 놓은 것을 자기들에게 유리하게 사용하기 때문이다. 의식산업 속에서 미술관(박물관)과 예술작품이 담당한 기능은 예술을 권력체계와 기업의 이윤 창출에 연결시키는 것이다. 기업의 예술 후원이란 것은 예술을 앞장세워 돈을 벌고 그것을 은폐하려 한다.

메시지를 산업적으로 생산하는 계층 (의식산업의 주체)과 그들의 지원자 (기업) 들은 수용자 (대중)들에 비해 절대적으로 강한 영향력을 가지고 있으며 수용자들이 선택할 수 있는 정보유통의 채널, 내용 그리고 수용자의 취향까지 결정하여 결국은 그들을 경제적 혹은 이념적으로 지배한다.

의식산업 : 인간의 의식이 문화산업(의상, 산업디자인, 종교, 예술, 관광, 광고, 영화, 연극, 뮤지컬, 출판, 음반, 비디오, 미술관, t.v. 등)에 의하여 제품화되는 모든 방식을 포괄적으로 일컫는 말.

그러나 예술가들은 마음만 먹으면 의식산업의 지배와 권위에 도전할 수 있는 기회를 얻을수있다. 한스 하케의 경우. 하케는 뉴욕시 빈민가의 전세업자나 남아프리카의 인종차별을 지지하는 기업, 광고에 나오는 이미지와 현실의 격차 등을 파헤쳤다. 이러한 작업들은 결코 의식산업이 받아들일 수 없는 것들이다. (한스 하케에 대해 더 연구해 볼 것)

의식 산업에 도전하는 예술의 사례들을 국내외에서 더 찾아 보라.